

“体育外卖”火了，如何持久飘香？

“用户一键下单，教练上门提供个性化体育培训——这种“体育外卖”新业态近来兴起，开启了便捷、高效的健身新模式，也开辟出一片创业蓝海。如今，这股“送上门的体育服务”热潮正引发关注：如何让其摆脱短期热度，实现持续走俏、持久飘香？

需求火爆

秋日的一个下午，沈阳市和平区一处小区空地，9岁的张晓宇身着运动服，在教练的指导下练习跳绳，身旁摆放着折返跑所需的教具。不远处，他的妈妈李女士快步走来，顺路接上孩子，“比专门跑培训机构方便多了”。

这种“体育外卖”——像点外卖一样预约教练上门授课，进行体适能训练、体育中考项目培训等，作为全民健身热潮下的新兴产物迅速兴起，凭借“送课到家”“随时开练”等特点，开辟了体育产业一条新赛道。

“小区花园、口袋公园甚至家里的客厅，都可以成为临时运动场。”有7年体育培训经验的教练郑晨说，自己近期专注于上门授课，通常携带便携器材到社区指导。经过3个月到6个月的定制训练，学员体能普遍明显提升。

这一模式正为体育从业者带来新机遇。在各大网络平台，不少体育机构和健身教练通过发布视频吸引客户，逐步积累起稳定的客源；一些体育专业院校大学生兼职做体育“外卖员”，不仅锻炼了专业能力，还攒下了“第一桶金”。

从外地到深圳创业的健身教练谢火，正是通过在社交媒体分享教学视频吸引客户，逐渐积累口碑，如今月收入稳定在万元左右。“当初没想到市场这么大，这是一片创业蓝海。”他说。

个人教练之外，规模化运营的第三方平台也在逐渐崭露头角。据北京“乐时运动”上门体育平台联合创始人陈学利介绍，平台专注做“体育外卖”，上线10个月以来，用户已突破30万，覆盖全国超百个城市，复购率约45%。

“体育外卖”为何能火

“不用接送，省时省力”“一对一教学，效果有保障”“价格实惠”……不少家长道出了“体育外卖”的核心优势。事实上，这一业态的走红，背后有着多重因素。

——满足备考需求。近年



来，多地提高了体育在中考中的权重，让学生群体的体育训练需求显著增长。据陈学利介绍，体适能、中考体测相关课程约占平台订单的八成。客户选择“体育外卖”，也是为了获得更有针对性的服务。一位初中体育教师坦言：“一个班50多个学生，老师很难针对每个孩子的薄弱环节进行指导。要强化训练的孩子，可能更有动力寻求校外服务。”

与此同时，“体态矫正”“增高训练”“改善视力”等特定需求不断增长，以及越来越多成年人想要学习一门体育技能，这也让“体育外卖”有了不同“菜系”。

——付费方式灵活。陈学利团队认为，“体育外卖”解决了体育培训业的一个消费痛点。在传统体育培训模式中，家长往往需要一次性预付数千元甚至上万元学费，“体育外卖”采用的单次付费、灵活团课、即时评价与反馈等模式，让家长不必担心机构“跑路”，付费方式灵活、可控。

——场地条件改善。家门口体育场地的持续改善，为“体育外卖”的兴起提供了重要支撑。根据2024年全国体育场地统计调查数据，全国共有体育场地484.17万个，体育场地面积达42.3亿平方米，全国人均体育场地面积达到3平方米。社区健身房、口袋公园等设施增加，公共体育场馆开放程度提高，为上门教练提供了便利的教学场地。

多位从业者表示，“体育外卖”的走热，本质是体育培训和“上门经济”深度融合的结果。一方面，青少年体育培训市场潜力持续释放；另一方面，上门喂宠、上门收纳等服务的普及，让消费者对于上门服务的接受度和认可度显著提升，这些都为“体育外卖”奠定了市场基础。

“上门体育服务实现了供需双赢。”中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄认为，这一模式既帮助体育从业人员拓宽了增收渠道，也让家庭能以更低成本满足健身需求。

规范管理，别让安全成隐忧

尽管“体育外卖”前景广阔，但和许多快速发展的新业

态类似，该行业也面临准入门槛低、缺乏行业规范等问题。记者调查发现，当前从业者主要包括专业培训机构教练、兼职体育专业大学生、自学出身的“野路子”教练等。除专业培训机构教练群体通常具备资质外，其他教练群体的教学水平参差不齐。

“有的教练只是自己爱运动，看几个视频就敢教学。”一位业内人士透露，“尤其在体态矫正等专业领域，不科学的训练可能适得其反。”

社交媒体上，个人教练发帖就能“接单”。教练未经培训就上岗，甚至出现非专业学生冒充教练的情况，不仅影响教学质量，更埋下了运动损伤的隐患。

陈学利表示，个别平台会为客户提供运动意外险，学员在课上发生磕碰或损伤可申请理赔，但更多个体接单的“体育外卖”采取按次付费的方式，很多情况下既不签合同，也不购买保险，一旦发生损伤，责任难以厘清。

这让不少家长心存顾虑。“教练口头承诺会保护孩子，可真的受伤怎么办？”有家长反映，孩子在课上训练不当造成骨折，但和教练就医疗费用、护理费用难以达成共识，向市场监督部门求助后，也未能获得满意的调解结果。

目前，“体育外卖”行业尚处于发展初期，针对该领域的行业规范尚未出台。不过，已有平台主动参考国家体育总局办公厅印发的《课外体育培训行为规范》，对线上教练设置资质证书、教学案例、身份证及人脸识别的“四重审核”，试图从源头把控服务质量。

在业内专家看来，“体育外卖”关乎消费者的人身安全、健康保障，特别是面临中考升学的孩子，不能全靠“市场调节”，外部监管必须及时跟进。

“重点是要加强监管，建立准入制度，同时要制定相应标准保障服务质量，从制度上守住消费安全底线。”王裕雄说，要引导从业者规范运营，才能让“体育外卖”避免一时火热，真正实现长远发展。

（据新华社沈阳10月26日电）

排解“情绪毒素” 以体育促身心健康

——专家热议教育部要求全面落实“体育每天2小时”

教育部办公厅近日印发《进一步加强中小学生心理健康工作十条措施》（以下简称《措施》），其中第二条专门强调要全面落实“体育每天2小时”，把体育活动作为促进学生心理健康的重要着力点。

多位教育、体育与心理健康领域专家在接受新华社记者采访时表示，这一举措突出体现了“健康第一”的教育理念，体育不仅是强健体魄的重要途径，更是促进学生心理健康、培养坚韧品格的关键抓手。

《措施》从减轻学业负担、保障睡眠时间到加强体育活动，构建了学生心理健康工作的全链条。其中，“体育每天2小时”成为专家热议的重点。专家们认为，体育在学校教育体系中的地位，正在从“课外活动”转变为促进学生全面发展的核心环节。

中国教育科学研究院体育美育教育研究所所长于素梅认为，这一措施的出台“特别及时”，将成为学生心理健康状况出现“拐点”的契机。她表示，体育活动不仅能改善学生体质健康，更能增强心理韧性和抗挫能力，是落实“健康第一”教育理念的重要途径。

于素梅将体育促进心理健康的路径概括为“动起来、升起来、强起来”。

“‘动起来’是数量保障，要让学生每天都有充足的体育锻炼时间。”她说，“‘升起来’是质量提升，既要让体质好起来、技能强起来，也要让心理品质随之升起来。”于素梅称，她在重庆、四川等地调研时发现，学校正通过延长课间、组织班级赛和年级赛等方式落实政策要求。

“课堂上的小绵羊，在赛场上变成了敢拼的小猛虎。‘强起来’则是习惯养成和责任意识的增强，要让孩子成为自己健康的第一责任人，当他们把健康放在首位时，体育的作用才能真正发挥出来。”于素梅说。

在《措施》中，体育被赋予促进心理健康的新使命。专家们认为，这一政策不仅关注“运动量”的达标，更重视“运动质”的提升——体育不再是单纯的身体锻炼，而是帮助学生建立积极心态、增强自信与社会适应力的重

要方式。

来自四川天府七中的实践，为体育赋能心理健康提供了生动样本。据天府七中体育学研室主任付普强介绍，天府七中自创校以来就将体育教育与心理健康教育深度融合，探索出一条以体育促进身心健康、以运动激发生命活力的路径。

据天府七中中小学部学研室主任汤然介绍，学校以“无处不体育、人人能上场”为目标，这为“体育每天2小时”提供了坚实的运动时间保障。“孩子从早晨第一节课就开始动，运动成为校园生活的底色。”他说。

长期在一线从事心理健康教育的湖北省华中师范大学第一附属中学教师余娇娜表示，目前，青少年心理健康问题呈现多样化趋势，情绪困扰、学习压力、人际关系冲突、厌学等问题在校园中时有出现。

“当孩子能选择自己喜欢的运动，比如篮球、羽毛球或跑步时，身体在出汗、加速中分泌多巴胺和肾上腺素，会自然产生快乐感，也能排解体内的‘情绪毒素’。”余娇娜说，“体育活动为情绪释放提供了最自然的出口，让孩子在运动中重新感受到掌控感和生命力。”

北京大学儿童青少年卫生研究所所长宋逸认为，全面落实“体育每天2小时”不仅是教育管理的细化要求，更是心理健康促进的系统工程。

“培养健康的体魄，是促进心理健康的有效路径。”宋逸建议，从理念到机制，学校都应形成系统推进格局。校长和管理层要具备“以体育促进全面健康”的意识，带头参与体育活动，将体育育人纳入治校理念；同时要强化体育教师队伍建设，完善培训机制，提高教学水平，让体育课堂成为学生心理成长的重要阵地。

专家们普遍认为，《措施》的出台将推动学校、家庭与社会形成更紧密的合力。通过系统落实“体育每天2小时”，不仅可以强化学生体质，也能在运动中培育自信、合作与坚韧，成为化解焦虑、改善情绪、促进成长的重要力量。

（据新华社北京10月26日电）